APPEALS CENTRE EUROPE

Informe de Transparencia de Appeals Centre Europe

Octubre 2025 to Septiembre 2026

¿Qué es Appeals Centre Europe?

Quiénes somos

- Appeals Centre Europe es un organismo independiente de resolución extrajudicial de litigios certificado en virtud del artículo 21 de la Ley de Servicios Digitales (LSD) de la UE. Esto permite a las personas y organizaciones de la UE impugnar las decisiones de las plataformas de redes sociales sobre contenidos que puedan o no infringir sus términos y condiciones.

- Actualmente cubrimos **Facebook, Google Maps, Instagram, Pinterest, Threads, TikTok** y **YouTube.**

- Durante el periodo que abarca este informe (octubre de 2025 – septiembre de 2026), admitimos a trámite litigios relativos a:
  - **Cuestas suspendidas** en los últimos seis meses.
  - **Contenidos eliminados** en los últimos seis meses.
  - **Cuestas o contenidos que fueron restringidos** (por ejemplo, mediante la adición de una pantalla de advertencia a una publicación o la desmonetización de una cuenta) en los últimos seis meses.
  - **Pánginas o grupos eliminados** en los últimos seis meses.
  - Contenido potencialmente infractor que **se ha mantenido publicado.**

- Si bien el **contenido puede estar en la mayoría de los idiomas que se hablan en la UE**, es necesario completar nuestros formularios en neerlandés, inglés, francés, alemán, italiano, polaco o español.

- **Ciertas políticas quedan fuera del ámbito de aplicación del Appeals Centre o del artículo 21 de la Ley de Servicios Digitales (LSD),** por lo que no podemos aceptar litigios en dichos ámbitos. Entre ellas se incluyen las cuentas pirateadas, los derechos de autor y el material de abuso sexual infantil.

- Seguimos a**mpliando nuestros servicios** y **añadiremos nuevas políticas, plataformas e idiomas** con el tiempo.

Para impugnar una decisión de una plataforma de redes sociales, envíe un litigio a: www.appealscentre.eu/es

Qué hacemos

A continuación, le explicamos qué sucede cuando alguien nos envía un litigio:

1. **Presentación de un litigio:** Un usuario de redes sociales en la UE visita www.appealscentre.eu/es. Después de crear una cuenta, cumplimenta un breve formulario que nos proporciona todos los detalles sobre su caso. Presentar un litigio es gratuito.

2. **Comprobación de aptitud:** Comprobamos si el litigio se puede revisar en virtud del artículo 21 de la LSD (caso «admisible») y si entra dentro de nuestro ámbito de competencia certificado y de nuestro reglamento interno (caso «apto»). Si el caso no es admisible o apto o no hemos recibido suficiente información por parte del usuario, le enviamos un mensaje para informarle de que no podemos continuar con su caso.

3. **Solicitud del contenido:** A continuación, nos pondremos en contacto con la plataforma de redes sociales correspondiente para solicitar el contenido y cualquier información adicional relevante relacionados con el litigio. Podría tratarse del contenido que han eliminado, el contenido potencialmente dañino que han mantenido, el último contenido que causó la suspensión de la cuenta de alguien u otra información pertinente para un litigio. A partir de octubre de 2026, si el usuario ha optado por permitir que la plataforma reconsidere su decisión original, esta dispondrá de un plazo de hasta 30 días para hacerlo a partir del momento en que nos pongamos en contacto con el usuario por primera vez. Si la plataforma no revoca su decisión original, o si no recibimos el contenido en un plazo de 30 días en litigios en los que la plataforma haya dejado publicado contenido que pueda constituir una infracción, podremos utilizar el hipervínculo facilitado por el usuario para revisar el contenido en cuestión y tomar una decisión. Para todos los tipos de litigios aptos, si no recibimos el contenido dentro de los plazos establecidos en nuestro reglamento interno, podremos tomar una decisión procesal a favor del usuario.

4. **Toma de una decisión:** Nuestro equipo de expertos revisa el contenido y toma una decisión independiente sobre si la decisión original de la plataforma era coherente con sus propias políticas y con los estándares de derechos fundamentales a los que dichas políticas se refieren. Decidimos si no estamos de acuerdo con la plataforma («revocamos» su decisión) o si estamos de acuerdo con la plataforma («ratificamos» su decisión). Comunicamos nuestra decisión tanto al usuario como a la plataforma. Si bien nuestras decisiones no son vinculantes y depende de las plataformas si las implementan o no, las plataformas deben actuar de buena fe. Instamos a las plataformas a que informen de forma sistemática tanto al usuario como a nosotros sobre si han aplicado nuestras decisiones.

Introducción

Entre octubre de 2025 y septiembre de 2026, se registró un enorme aumento del número de personas y organizaciones que solicitaron una revisión independiente.[1] Durante este periodo, recibimos 43 000 litigios, lo que significa que —desde que comenzamos a aceptar litigios en noviembre de 2024— hemos recibido ya más de 65 000 litigios. Esto pone de manifiesto un claro interés de los ciudadanos de toda la UE por impugnar las decisiones de las plataformas de redes sociales. Para hacer frente a este aumento, nuestro equipo de revisión de casos en Dublín ha aumentado más del doble en los últimos meses.

En los casos en los que pudimos revisar el contenido, revocamos tres cuartas partes (74 %) de las decisiones de las plataformas. Esto supone un aumento del 15 % respecto a la tasa de revocación del 59 % registrada en nuestro último Informe de Transparencia. Los casos de estudio que se recogen en este informe ilustran esta cifra: desde contenidos satíricos eliminados por sistemas automatizados hasta comentarios homófobos que se colaron por las rendijas del sistema.

Por primera vez, hemos incluido un informe especial sobre fraude y estafas en nuestro Informe de transparencia. Entre abril y septiembre de 2026, este fue el ámbito normativo en el que recibimos el mayor número de litigios aptos. Con la inteligencia artificial, resulta más difícil que nunca distinguir entre realidad y ficción, con ejemplos que van desde «estafas de carácter romántico» basadas en deepfakes hasta vídeos sobre criptomonedas que animan a las personas a copiar un código malicioso de Chat GPT. En materia de fraude y estafas, discurso de odio y otros ámbitos, creemos que nuestras decisiones pueden ayudar a elaborar un mapa de «riesgos sistémicos» en las redes sociales contra los que las plataformas deben tomar medidas.

Asimismo, hemos tomado medidas para mejorar la experiencia de los usuarios. Esto incluye la elaboración de una Guía de asistencia al usuario en siete idiomas, la reducción de nuestro tiempo medio de respuesta en dos semanas y la posibilidad de que los usuarios ofrezcan a las plataformas la oportunidad de revocar su decisión original cuando nos ponemos en contacto con ellas por primera vez.

[1] Este período (octubre de 2025 – septiembre de 2026) se solapa con el período cubierto por nuestro último Informe de Transparencia (abril de 2025 – marzo de 2026), ya que queríamos ofrecer datos correspondientes a un año completo en este informe.

Sin embargo, a pesar de algunos avances, a muchas personas se les sigue denegando la revisión independiente a la que tienen derecho. Por ejemplo, a pesar de haber solicitado más de 850 contenidos a Google entre octubre de 2025 y septiembre de 2026, solo recibimos dos de los contenidos necesarios para que pudiéramos revisar litigios planteados en relación con sus plataformas, en caso de que el contenido ya no estuviera disponible públicamente. Si bien se ha producido cierta mejora en el intercambio de contenidos en los casos de suspensión de cuentas por parte de Meta, este sigue siendo un ámbito en el que los usuarios a menudo no obtienen resultados significativos en todas las plataformas.

Por ello, las plataformas deben dar un paso al frente y facilitar el contenido correspondiente a todos y cada uno de los litigios que cumplan los requisitos previstos en la LSD, en cumplimiento de su obligación de participar de buena fe en este proceso. Además, aunque las decisiones de resolución extrajudicial de litigios no son vinculantes, existe una escasa transparencia en cuanto a las tasas de aplicación de las decisiones por parte de las plataformas, lo que significa que, incluso cuando se comparte el contenido y el usuario ha recibido una decisión favorable por parte de un organismo de resolución extrajudicial de litigios, no queda claro en qué medida las plataformas dan el siguiente paso y aplican dichas resoluciones. Actualmente, se está desarrollando un proceso para establecer «mejores prácticas» en relación con el artículo 21 de la Ley de Servicios Digitales. Esta labor está dirigida por los coordinadores nacionales de servicios digitales, con la participación de la Comisión Europea en el tercer grupo de trabajo del Comité de la Ley de Servicios Digitales. Es fundamental que las recomendaciones resultantes mejoren la experiencia de los usuarios al recurrir a organismos de resolución extrajudicial como el Appeals Centre.



Resumen ejecutivo

Entre octubre de 2025 y septiembre de 2026, Appeals Centre Europe:

- Recibió **43,000 litigios** de personas y organizaciones de la UE que impugnaban decisiones de las plataformas de redes sociales
- De media, eso supone un litigio **12 minutes**

Más de 19,600 de estos litigios se consideraron inicialmente aptos y se remitieron a revisión

A finales de septiembre de 2026, habíamos dictado **más de 16,800 decisiones** sobre estos litigios:

- En casi **5,000 decisiones** en las que **pudimos revisar el contenido, discrepamos de la decisión de la plataforma en el 74 % de los casos**

En 12,000 decisiones, tomamos decisiones de carácter procesal, ya que no pudimos revisar el contenido de forma independiente:

- En **más de 10,000** de estas decisiones, no recibimos el contenido de la plataforma y **tomamos una decisión de carácter procesal a favor del usuario**
- En casi **2,000** de estas decisiones, determinamos, tras revisar la información facilitada por la plataforma, que el usuario no tenía derecho a una reparación en virtud del artículo 21 de la Ley de Servicios Digitales y tomamos una **decisión de carácter procesal a favor de la plataforma**

Resumen ejecutivo

En los casos en que las plataformas **mantuvieron el contenido** tras haber sido denunciado por infringir sus normas...

...discrepamos de las plataformas en: [2]

- **El 99%** de los casos relacionados con **contenido violento y explícito**
- **El 92%** de los casos relacionados con **organizaciones peligrosas**
- **El 91%** de los casos relacionados cont **violencia e incitación**
- **El 86%** de los casos relacionados con **fraude y estafas**
- **El 82%** de los casos relacionados con **discurso de odio**

...y coincidimos con las plataformas en:

- **El 64%** de los casos relacionados con **normas publicitarias**
- **El 54%** de los casos relacionados con **desinformación**

En los casos en que las plataformas **eliminaron o restringieron contenidos** por infringir sus normas...

...discrepamos de las plataformas en:

- **El 60%** de los casos relacionados con **fraude y estafas**
- **El 51%** de los casos relacionados con **bienes y servicios restringidos**

...y coincidimos con las plataformas en:

- **El 65%** de los casos relacionados con **discurso de odio**
- **El 57%** de los casos relacionados con **desnudez adulta**

En los casos en que las plataformas **En los casos en que las plataformas** por infringir sus normas...

..coincidimos con las plataformas en:

- **El 78%** de los casos relacionados con **desnudez adulta**
- **El 72%** de los casos relacionados con **bienes y servicios regulados**
- **El 65%** de los casos relacionados con **fraude y estafas**

2. Solo incluimos ámbitos normativos en estas clasificaciones si (1) tomamos más de 30 decisiones en dicho ámbito tras revisar el contenido, (2) revocamos o confirmamos la decisión de la plataforma en dicho ámbito en más del 50 % de los casos, y (3) se trata de uno de los cinco principales ámbitos normativos en cuanto a revocaciones o confirmaciones para ese tipo de decisión.

Los 5 principales países en cuanto a la presentación de litigios aptos (número absoluto):

1. Francia
2. Bélgica
3. España
4. Italia
5. Alemania

Los 5 países que presentaron más litigios aptos (per cápita) fueron:

1. Bélgica
2. Malta
3. Chipre
4. Eslovaquia
5. Francia

Los 5 principales ámbitos normativos impugnados ante Appeals Centre fueron:

1. Discurso de odio
2. Fraude y estafas
3. Suspensión o restricción de la cuenta
4. Desnudez adulta y contenido sexual
5. Explotación y abuso infantil

Entre octubre de 2025 y septiembre de 2026:

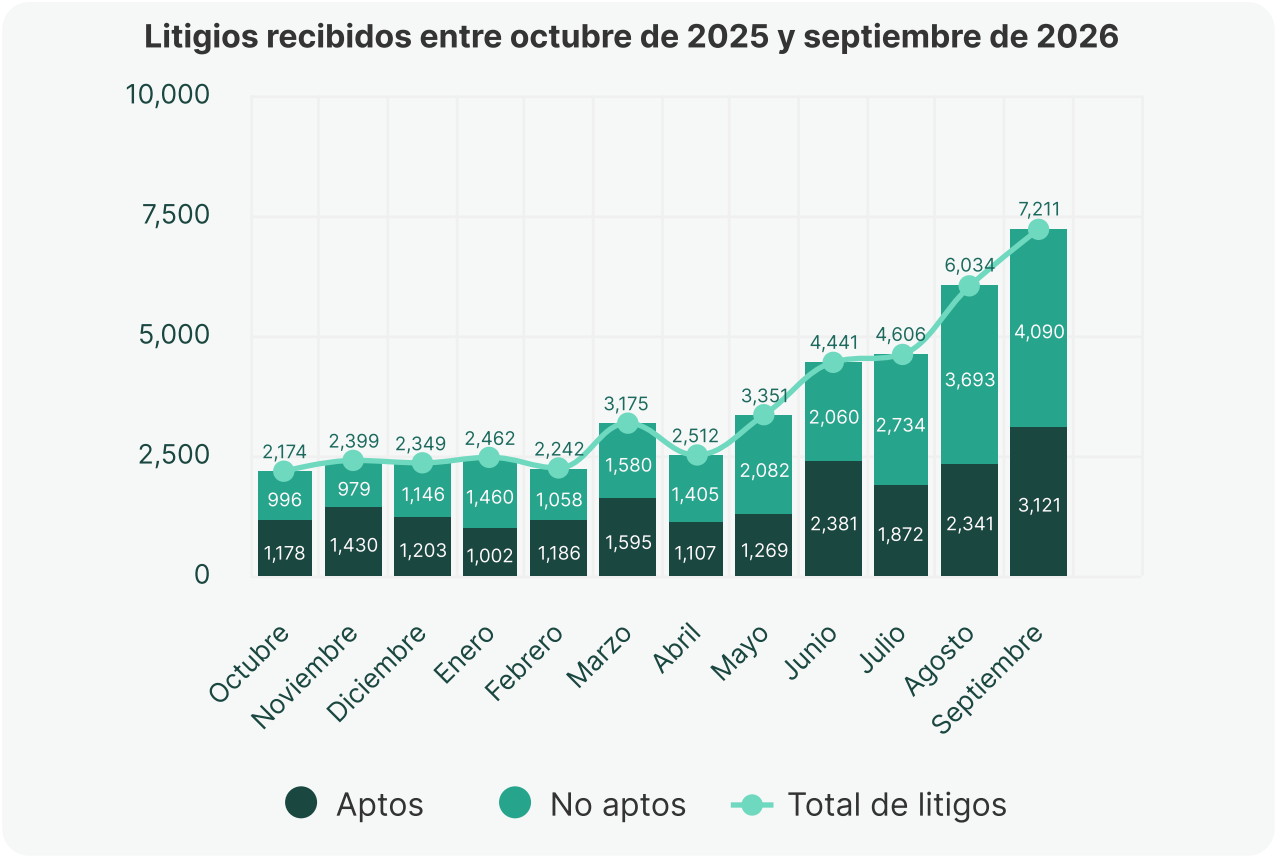
> Recibimos **tres veces más litigios** en septiembre de 2026 que en octubre de 2025

> en septiembre de 2026 que en octubre de 2025 **Google Maps, el spam basado en contenidos, la explotación sexual infantil,** y **restricciones de contenido**

> Aparecimos en el **informe sobre riesgos sistémicos del Consejo Europeo de Servicios Digitales y la Comisión Europea**, en el que se expone cómo los litigios pueden identificar y mitigar dichos riesgos

> Publicamos una **Guía de ayuda al usuario** para ayudar a las personas a entender sus derechos en virtud de la Ley de Servicios Digitales

Estadísticas generales

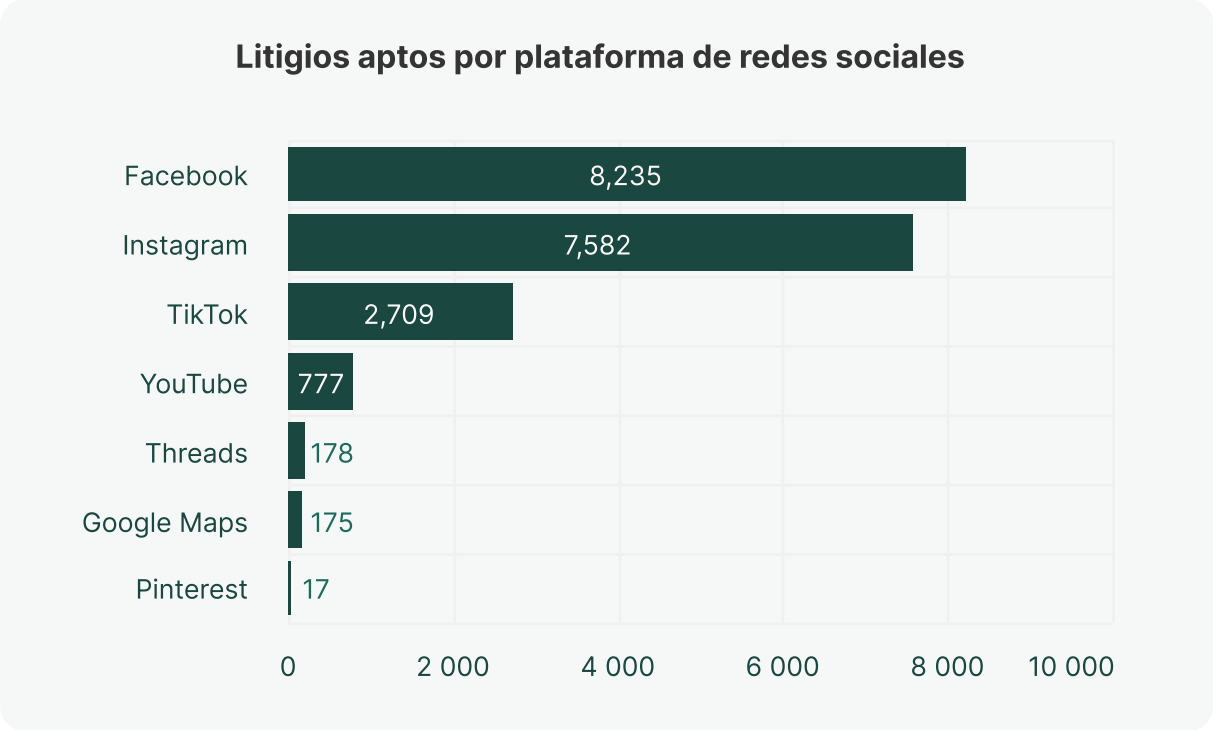


Entre octubre de 2025 y septiembre de 2026, recibimos 42 956 litigios de personas y organizaciones de toda la UE que deseaban impugnar una decisión de una plataforma de redes sociales.[3] Consideramos que algo menos de la mitad de ellos (más de 19 600 litigios) cumplían los requisitos en el momento de su recepción.[4]

Entre mayo y septiembre de 2026, observamos un aumento constante en el número de litigios que recibimos cada mes, pasando de unos 3300 en mayo a 7200 en septiembre. Esto se vio respaldado por nuestra labor de informar a los usuarios sobre la resolución extrajudicial de litigios y sobre sus nuevos derechos en virtud de la LSD.

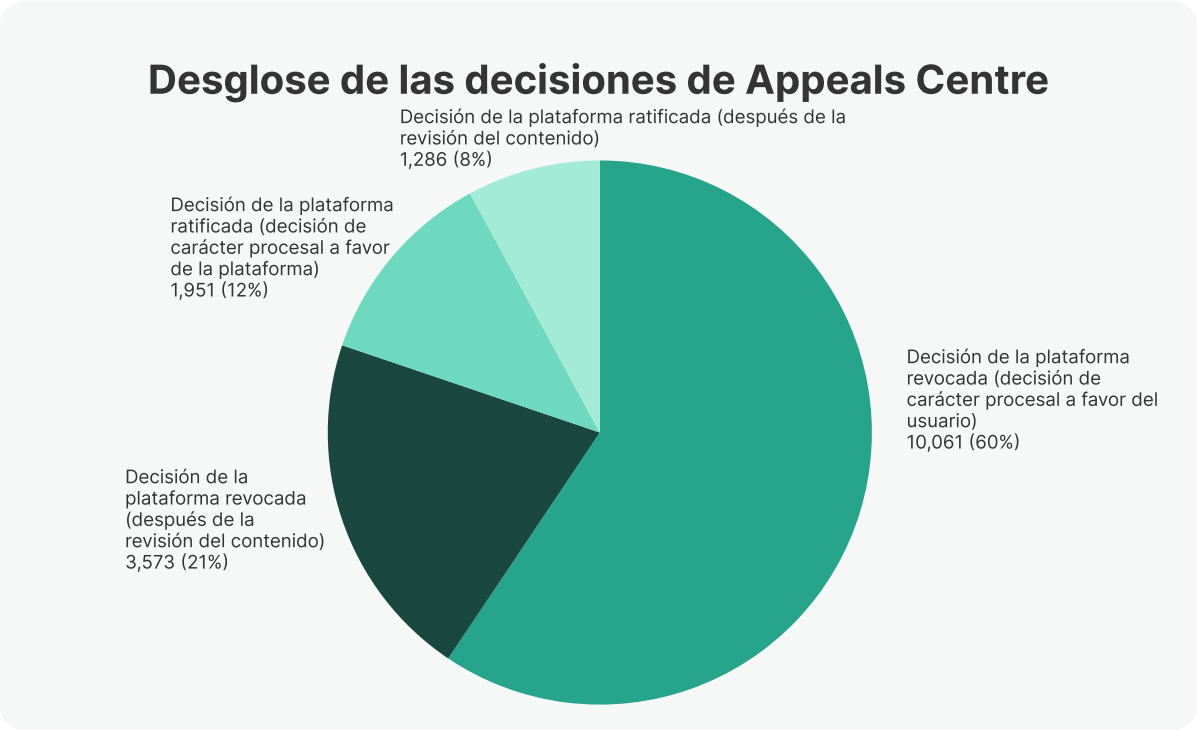
[3] Tenga en cuenta que algunas de las cifras que figuran en el gráfico de litigios recibidos difieren de las de informes de transparencia anteriores. Como el proceso de revisión de casos implica múltiples interacciones con las plataformas, esto puede llevar a que los casos se reclasifiquen como aptos o no aptos con el tiempo. Las diferencias entre las cifras comunicadas son mínimas.

[4] Los casos aptos son aquellos que entran dentro de nuestro alcance y contienen suficiente información para que los procesemos.



De los 19 673 litigios aptos que recibimos entre octubre de 2025 y septiembre de 2026, la mayoría se referían a Facebook (más de 8000 litigios) e Instagram (más de 7500 litigios). Más de 2700 litigios aptos se referían a TikTok y más de 750 a YouTube. En agosto de 2026, comenzamos a admitir litigios relacionados con Google Maps: recibimos alrededor de 50 litigios aptos en agosto, seguidos de más de 125 en septiembre. Debido al escaso número de litigios relacionados con Threads, Google Maps y Pinterest, estos datos no se desglosan con mayor detalle en el presente informe.

En casi la mitad (49 %) de los litigios aptos, las personas u organizaciones deseaban recuperar su cuenta. En el 14 % de los litigios aptos, las personas u organizaciones deseaban recuperar su propio contenido, mientras que en otro 36 % solicitaban que la plataforma eliminara contenido que consideraban que infringía las normas. Dado que solo el 1 % de los litigios aptos provenía de usuarios que querían restaurar una página o grupo, estos datos no se desglosan con mayor detalle en el presente informe.



Entre octubre de 2025 y septiembre de 2026, el Appeals Centre dictó más de 16 800 decisiones sobre litigios presentados por particulares y organizaciones de toda la UE.[5] En promedio, tardamos 47 días en emitir estas decisiones. Esto supone 18 días menos que los 65 días que tardamos entre abril de 2025 y marzo de 2026, tal y como se indicaba en nuestro último Informe de transparencia.

En casi 5000 decisiones en las que recibimos y revisamos el contenido, revocamos tres cuartas partes (74 %) de las decisiones de las plataformas. Esto supone un aumento del 15 % respecto a la tasa de revocación del 59 % registrada en nuestro último Informe de Transparencia. Las decisiones que más a menudo revocamos fueron las tomadas por YouTube (revocamos el 93 % de sus decisiones), seguidas de TikTok (77 %), Instagram (75 %) y Facebook (67 %). Las elevadas tasas de revocación demuestran que los usuarios de las redes sociales no deben dar por sentado que la plataforma ha tomado la decisión correcta y que merece la pena impugnarla ante el Appeals Centre para obtener una revisión independiente.

En los 12 000 casos restantes, tomamos decisiones de carácter procesal. Más de 10 000 de ellas fueron decisiones procesales a favor del usuario (anteriormente denominadas «decisiones por defecto»).

[5] Debido al redondeo, es posible que los porcentajes en los gráficos no sumen exactamente el 100 %.

En la mayoría de los casos, esto significó que, aunque el litigio cumplía los requisitos, la plataforma no nos facilitó el contenido y tomamos una decisión procesal a favor del usuario. La mayoría fueron litigios por suspensión de cuentas en las que, a pesar de algunos avances, las plataformas siguen sin facilitarnos el contenido en la mayoría de los casos.

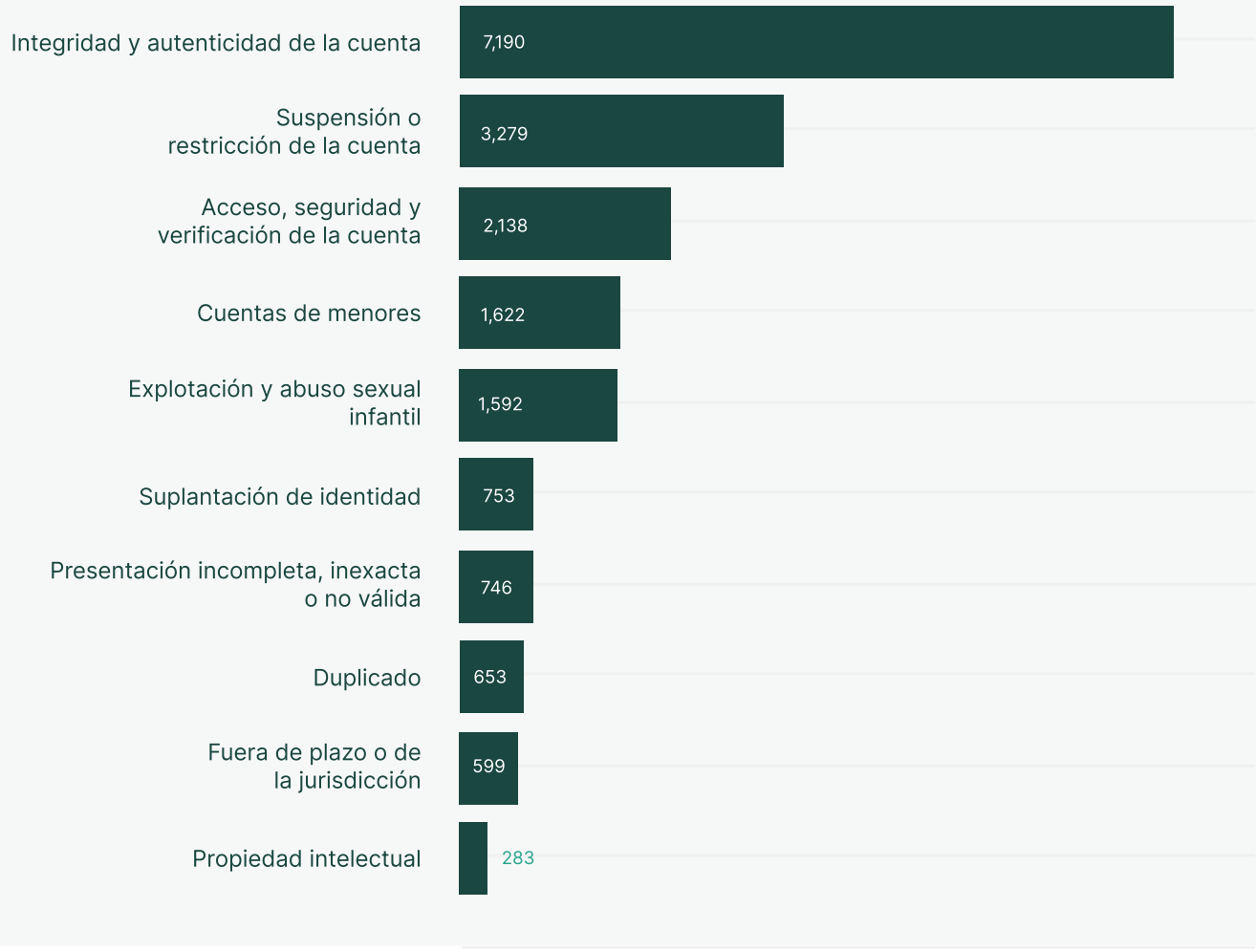
Las aproximadamente 2000 decisiones restantes fueron procesales a favor de la plataforma. Comenzamos a adoptar este tipo de decisiones a partir de febrero de 2026 en aquellos casos en los que, inicialmente, consideramos que el usuario tenía derecho a una revisión y, posiblemente, a una reparación, basándonos en la documentación presentada por el usuario, pero posteriormente determinamos que el caso quedaba fuera del ámbito de aplicación del artículo 21 de la LSD, basándonos en los materiales facilitados por la plataforma.

Si bien este informe incluye varios ejemplos de casos en los que las plataformas han aplicado nuestras decisiones, seguimos sin recibir datos de manera sistemática sobre si las plataformas han puesto en práctica nuestras decisiones. En octubre de 2026, permitimos que las personas y organizaciones que presentaran litigios pudieran optar por la «revisión por parte de la plataforma». Esto le brinda a la plataforma la oportunidad de revocar su decisión (por ejemplo, restableciendo la cuenta de un usuario o eliminando el contenido infractor) cuando nos ponemos en contacto con ella por primera vez en relación con el caso, y de subsanar el error sin que tengamos que realizar una revisión completa.

Para obtener más información sobre los derechos que le otorga la LSD en nuestra Guía de ayuda al usuario, haga clic **aquí.**

La plataforma suspendió mi cuenta

Las 10 razones principales por las que los litigios de suspensión de cuentas se consideran no aptos



La razón principal por la que los litigios por suspensión de cuentas quedaban fuera de nuestro ámbito de competencia era que versaban sobre la «integridad y autenticidad de la cuenta». La mayoría de estos litigios quedaban fuera de nuestro ámbito de competencia, ya que estaban relacionados con políticas de integridad de la cuenta basadas en el comportamiento[6], como la ciberseguridad y las redes de actores (bots coordinados que crean cuentas). También abarca las suspensiones de cuentas vinculadas (cuando se suspende la cuenta de Facebook de una persona, a menudo se suspende también su cuenta de Instagram).

En segundo lugar se encuentra la «Suspensión o restricción de la cuenta», que puede incluir casos en los que la medida disciplinaria se basa exclusivamente en el comportamiento. En tercer lugar se encuentra el «Acceso a la cuenta, seguridad y verificación», que abarca cuestiones relacionadas con el pirateo de cuentas.

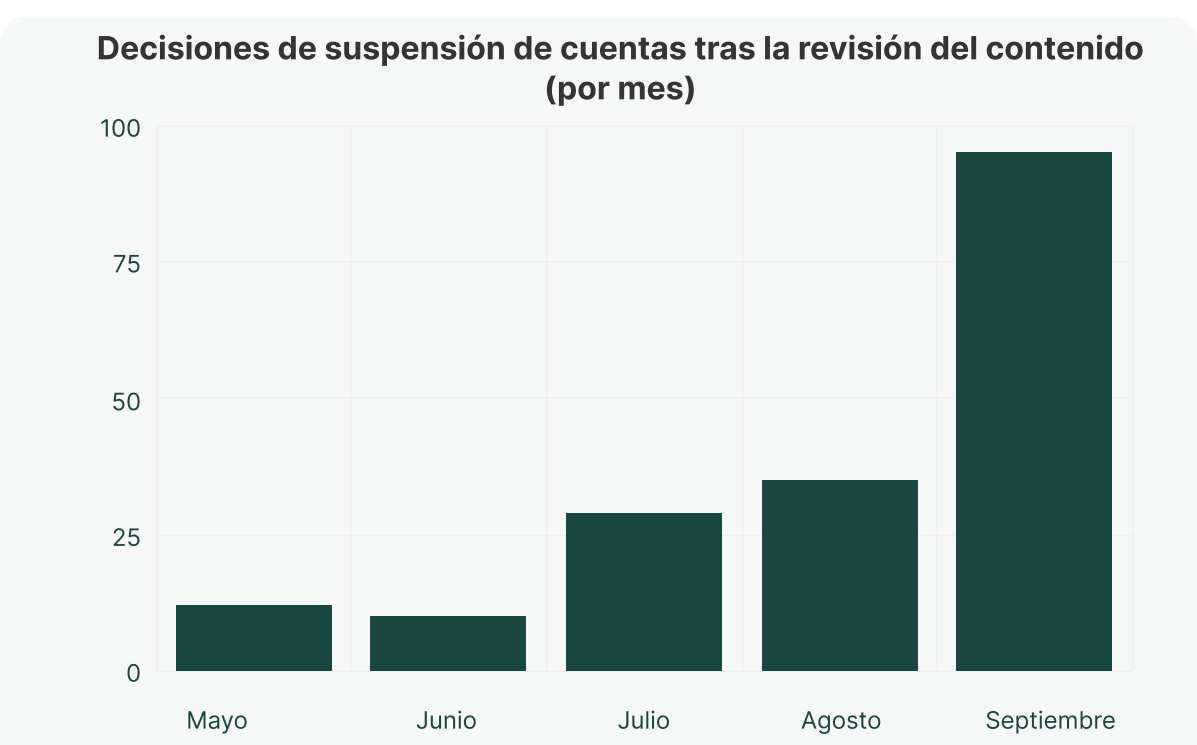
[6] El término «comportamental» se refiere a la forma en que un usuario se comporta en una plataforma (p. ej., actividad de bots, suplantación de identidad de cuentas). Dado que actualmente no disponemos de la información adicional que necesitaríamos para tomar decisiones sobre este tipo de casos —como información técnica sobre si los usuarios están creando cuentas múltiples o pirateando las cuentas de otras personas—, estas áreas quedan, por el momento, fuera de nuestro ámbito de actuación.

En cuarto, quinto y sexto lugar lo ocupan las «Cuentas de menores», la «Explotación y abuso sexual infantil» y la «Suplantación de identidad». Aunque estamos considerando ampliar nuestro ámbito de actuación a algunas de estas áreas en el futuro, actualmente no disponemos de los medios técnicos (como la verificación del documento nacional de identidad, del permiso de conducir o del pasaporte de un usuario) para determinar si un usuario ha infringido las normas de las plataformas en estos ámbitos.

Litigios de suspensión de cuentas aptos

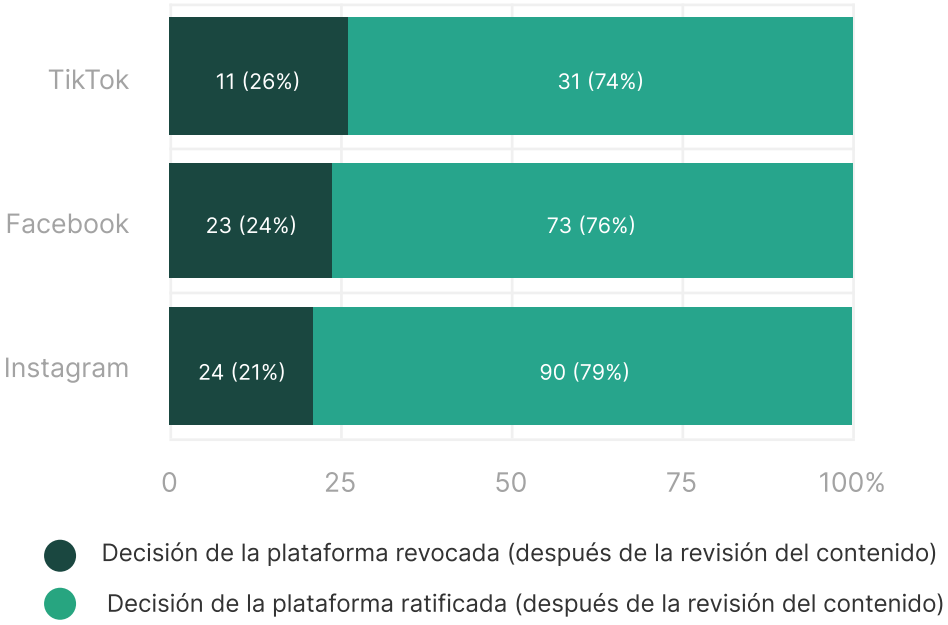
Alrededor de 9600 solicitudes de usuarios para que se revisaran suspensiones de cuentas entraron en nuestro ámbito de actuación (el 85 % de ellas relacionadas con Facebook o Instagram). Lo más probable es que a estos usuarios se les hubiera bloqueado la cuenta por supuestamente infringir las normas de las plataformas en materia de suspensión o restricción de la cuenta (2619 casos), seguido de la explotación y abuso infantil (1424 casos), el fraude y las estafas (1198 casos), la desnudez de adultos y el contenido sexual (1034 casos) o las restricciones de contenido, como la limitación de una cuenta para que no pueda generar ingresos (512 casos).

Entre octubre de 2025 y septiembre de 2026, tomamos 8545 decisiones sobre litigios relacionados con la suspensión de cuentas. En 6442 casos no recibimos el contenido de la plataforma y tomamos una decisión de carácter procesal a favor del usuario. En otros 1848 casos, tomamos una decisión de carácter procesal a favor de la plataforma tras determinar, a raíz de su respuesta, que los casos quedaban fuera del ámbito de aplicación del artículo 21 de la LSD.
Tomamos las 255 decisiones restantes tras recibir el contenido de la plataforma. Aunque esta cifra sigue siendo baja, representa un aumento del 80 % respecto a las 142 decisiones sobre cuentas que tomamos tras recibir el contenido entre abril de 2025 y marzo de 2026.



En los últimos meses, el número de decisiones de suspensión de cuentas que tomamos tras recibir el contenido ha aumentado de unas 10 al mes en mayo y junio a entre 30 y 35 al mes en julio y agosto, y a casi 100 en septiembre. Esto se debe a que Meta ha facilitado más contenido relacionado con las suspensiones de cuentas en Facebook e Instagram. Si bien se trata de un paso en la dirección correcta, Meta debe facilitar el contenido correspondiente a todos los casos de suspensión de cuentas presentados por ciudadanos de toda la UE.

Decisiones de suspensión de cuentas tras la revisión del contenido (por plataforma)



Revocamos las decisiones de las plataformas de suspender cuentas en aproximadamente una cuarta parte (23 %) de los casos en los que revisamos el contenido. Esta tendencia se mantuvo en todas las plataformas, con tasas de revocación del 21 % en Instagram, del 24 % en Facebook y del 26 % en TikTok.

En todas las plataformas y en los ámbitos normativos en los que tomamos al menos 30 decisiones tras revisar el contenido, fuimos más propensos a confirmar la decisión de una plataforma de suspender o restringir una cuenta por infringir sus normas sobre desnudez de adultos (78 %), bienes y servicios regulados (72 %) y fraude y estafas (65 %).

Persisten los problemas con el intercambio de contenidos

Cuando recibimos un litigio de suspensión de cuenta apto, le pedimos a la plataforma el último contenido de esa cuenta que supuestamente infringió las normas. Sin embargo, a pesar de los avances de los últimos meses, en la mayoría de los casos las plataformas siguen sin facilitarlo. A menudo recibimos mensajes de usuarios frustrados que, de forma comprensible, consideran que este proceso no ha estado a la altura de sus expectativas.

Actualmente se está trabajando en una solución en el marco de un proceso de recomendaciones de mejores prácticas. No obstante, entretanto, las plataformas siguen teniendo la obligación de proporcionar el contenido en cuestión. Instamos a las plataformas a proporcionar contenido sobre cada caso apto a fin de permitir que los usuarios accedan a su derecho a una revisión independiente en virtud de la LSD.



Caso de estudio: Negocio italiano legítimo prohibido en Instagram

Un usuario de Instagram de Italia presentó un litigio al Appeals Centre después de que se prohibiera su cuenta por infringir las normas de Meta sobre falsificación y productos no auténticos. El usuario dijo que su cuenta representaba a una tienda de sur de Italia que tenía un número de IVA. Meta proporcionó el contenido, que mostraba una publicación publicitaria de bolsos de diseñador a la venta. No había indicios de que los productos fueran falsos y el sitio web de la empresa parecía representar a una tienda real que vendía productos auténticos. Revocamos la decisión de Meta, recomendando que se eliminara el «strike» de la cuenta de Instagram del usuario. Después de tomar nuestra decisión, Meta dijo que había revisado el contenido y que seguía considerando que infringía sus reglas.

Caso de estudio: Se ratifica la decisión de Meta de prohibir a un usuario por odio antimusulmán

Un usuario de Alemania presentó un litigio después de que Meta suspendiera su cuenta de Instagram por conducta de odio. Meta facilitó el vídeo, en el que se veía a una mujer afirmando que, cuando oye hablar de una violación, da por hecho que el agresor es musulmán. A continuación, escupe a la cámara. Decidimos que el video violaba la política de conducta de odio de Meta, ratificando su decisión de aplicar un «strike» a la cuenta de Instagram del usuario.

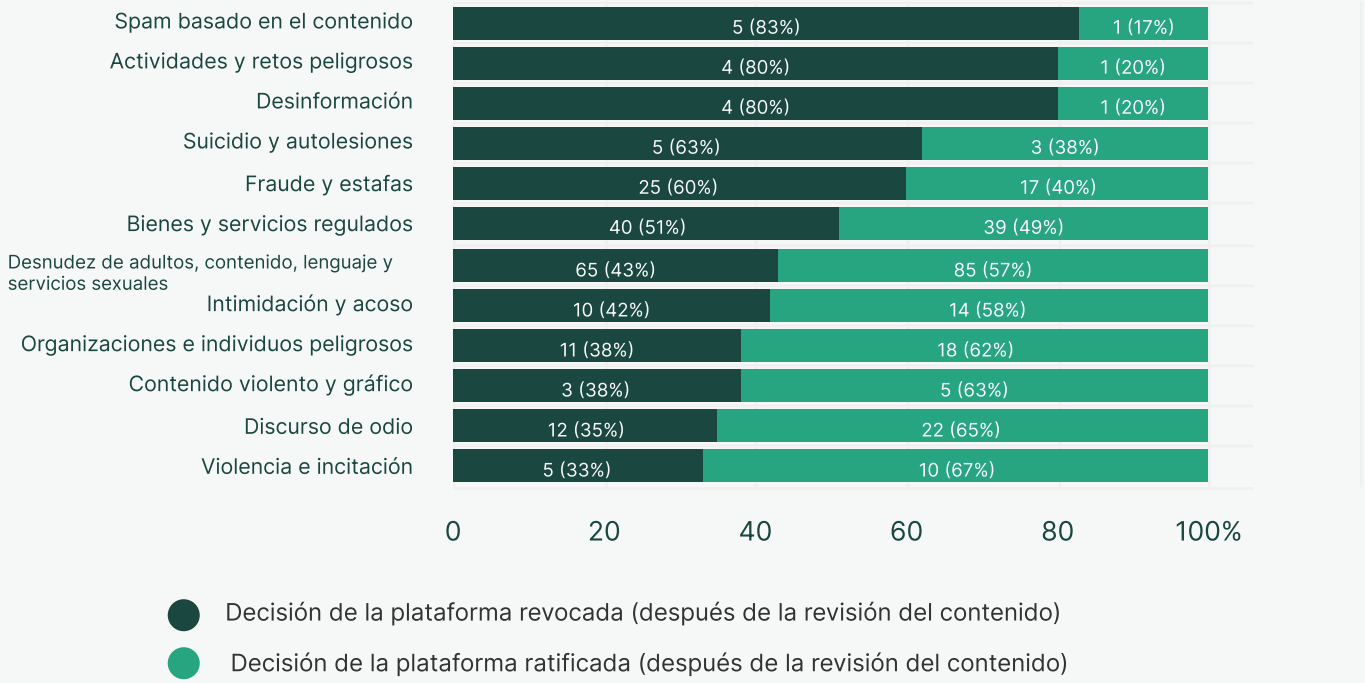
La plataforma ha eliminado o restringido mi contenido

Desde noticias hasta sátira, hemos seguido viendo cientos de publicaciones que se han eliminado o restringido injustamente.

Entre octubre de 2025 y septiembre de 2026, recibimos alrededor de 2800 litigios aptos de personas cuyo contenido se había eliminado o restringido por una supuesta infracción de las políticas de la plataforma. Los tres ámbitos normativos sobre los que más litigios aptos recibimos fueron la desnudez de adultos y el contenido sexual, las restricciones de contenido y los bienes y servicios regulados.

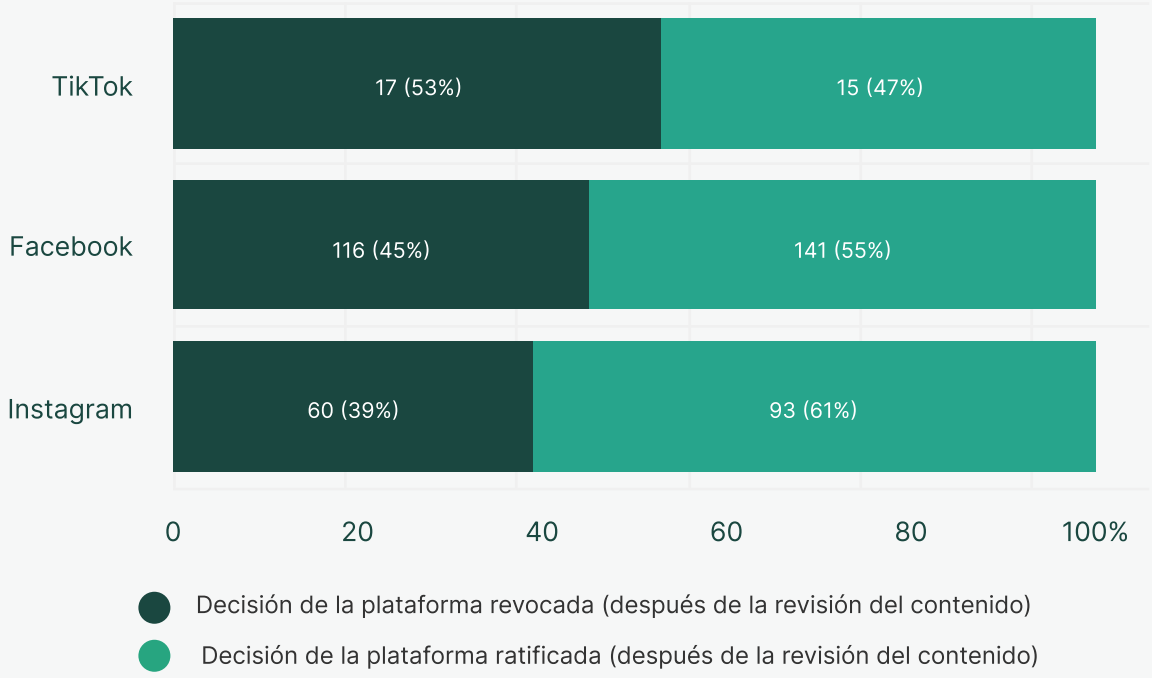
Durante este periodo, tomamos más de 2200 decisiones sobre contenidos que se habían eliminado o restringido. En tres cuartas partes de estos casos, la plataforma no nos facilitó el contenido, lo que nos llevó a tomar una decisión de carácter procesal a favor del usuario. En otros 78 casos, tomamos una decisión de caracter procesal a favor de la plataforma tras determinar, a raíz de su respuesta, que el usuario no tenía derecho a una reparación en virtud del artículo 21 de la LSD. De los casi 450 casos restantes en los que la plataforma nos facilitó el contenido, revocamos la decisión de la plataforma en el 44 %.

Decisiones en las que la plataforma eliminó o restringió el contenido de un usuario (Por ámbito normativo)



De los ámbitos normativos en los que tomamos al menos 30 decisiones tras revisar el contenido, fuimos más propensos a revocar la decisión de una plataforma de eliminar o restringir contenido por vulnerar su política sobre fraude y estafas (lo cual hicimos en el 60 % de los casos), seguida de la relativa a bienes y servicios regulados (51 %). Fuimos más propensos a confirmar la decisión de una plataforma en los casos en que esta eliminó o restringió contenido por infringir sus normas sobre discurso de odio (65 %) y desnudos de adultos (57 %).

Decisiones en las que la plataforma eliminó o restringió el contenido de un usuario (por plataforma)



En los casos en los que la plataforma restringió o eliminó contenido y pudimos revisar dicho contenido, revocamos las decisiones de TikTok en algo más de la mitad de las ocasiones (en el 53 % de las decisiones). En el caso de Facebook, esta cifra fue del 45 %, y en el de Instagram, del 39 %.

Caso de estudio: Una sátira sobre el ketchup eliminada erróneamente por considerarse contenido de autolesión

Un usuario de Facebook de Francia presentó un litigio ante el Appeals Centre después de que se eliminara una imagen que había publicado por supuestamente infringir las normas de Meta sobre suicidio y autolesiones. El usuario alegó que se trataba de un error técnico de los sistemas automatizados de Meta. Meta nos facilitó el contenido, que mostraba un sobre de ketchup reventado en el suelo al que el usuario había añadido unos brazos dibujados con trazos simples y una pistola en miniatura. El pie de foto que acompañaba a la publicación decía «Rip...XD», junto con un emoticono de risa. Revocamos la decisión de Meta de eliminar el contenido, señalando que la empresa tal vez desearía restringir el acceso al mismo a mayores de 18 años. Tras enviar nuestra decisión al usuario y a la plataforma, Meta restableció la imagen en Facebook.

Caso de estudio: Ratificación de la eliminación por parte de TikTok de un vídeo que incluía una canción fascista

Un usuario de TikTok de Italia presentó un litigio después de que su vídeo fuera eliminado por considerarse discurso de odio. TikTok nos facilitó el contenido. El vídeo mostraba a una mujer maquillándose mientras sonaba de fondo la canción «Faccetta Nera». «Faccetta Nera» (que significa «carita negra») es un símbolo racista de la era fascista de Mussolini que todavía se utiliza para perjudicar a personas marginadas, especialmente a las mujeres negras. Dado que el vídeo infringía las normas de TikTok sobre el apoyo o la difusión de ideologías de odio, incluidos los símbolos e imágenes asociados a movimientos de odio, confirmamos la decisión de TikTok de eliminarlo. Enviamos nuestra decisión al usuario y a la plataforma.

La plataforma dejó contenido potencialmente dañino

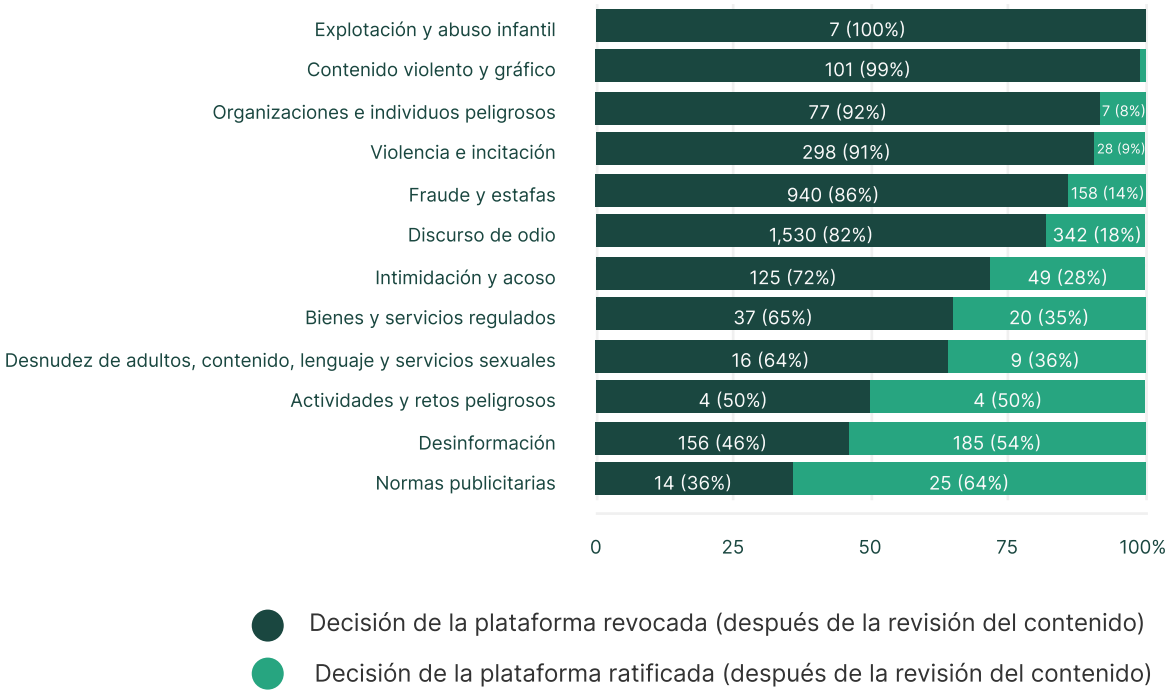
El odio, el acoso y otros tipos de contenido infractor tienen consecuencias en el mundo real. El Appeals Centre ha recibido miles de litigios sobre este tipo de contenido, incluidos ataques antisemitas, islamófobos, misóginos, racistas, xenófobos, antigitanos, homófobos y transfóbicos contra personas y comunidades.

Entre octubre de 2025 y septiembre de 2026, recibimos más de 7000 litigios aptos sobre contenido potencialmente infractor que se había mantenido en las plataformas de redes sociales. Los tres ámbitos normativos sobre los que más litigios aptos recibimos fueron el discurso de odio, el fraude y estafas, y la violencia y la incitación a la violencia.

Para finales de septiembre de 2026, habíamos tomado más de 5900 decisiones sobre estos casos aptos.

En unos 1750 de estos casos, la plataforma no nos facilitó el contenido, lo que nos llevó a tomar una decisión de carácter procesal a favor del usuario. De los más de 4100 casos restantes, en los que revisamos el contenido en cuestión, anulamos la decisión de la plataforma en el 80 % de los casos (un aumento del 17 % desde nuestro último Informe de Transparencia). Se trata de la tasa de revocación más elevada de todos los tipos de litigio.

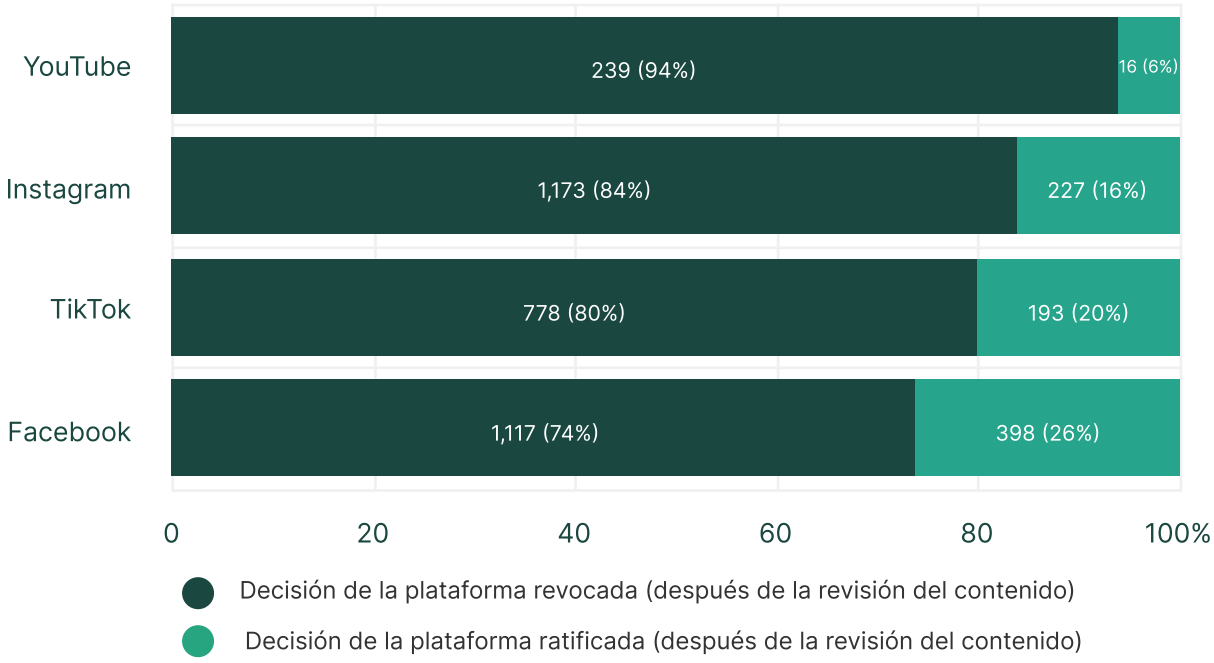
Decisiones en las que la plataforma dejó publicado contenido (por área de políticas)



De los ámbitos normativos en los que tomamos al menos 30 decisiones tras revisar el contenido, fuimos más propensos a revocar la decisión de una plataforma de mantener contenido denunciado por los usuarios por infringir sus normas sobre contenido violento y explícito (lo cual hicimos en el 99 % de los casos), seguido de organizaciones e individuos peligrosos (92 %), violencia e incitación (91 %), fraude y estafas (86 %), y discurso de odio (82 %). Las elevadas tasas de revocación en estas áreas normativas, muchas de las cuales tienen graves repercusiones en el mundo real, resultan preocupantes y plantean dudas sobre la eficacia con la que las plataformas están aplicando estas políticas. También resulta preocupante que, en muchos de los casos en los que revocamos las decisiones de las plataformas de mantener contenido nocivo (incluidos varios de los que aparecen en los estudios de caso de este informe), dicho contenido siga estando en línea.

De los ámbitos normativos en los que tomamos al menos 30 decisiones tras revisar el contenido, fuimos más propensos a confirmar las decisiones de las plataformas de mantener el contenido denunciado por los usuarios por infringir sus normas sobre estándares publicitarios (64 %) y la desinformación (54 %).

Decisiones en las que la plataforma dejó publicado contenido (por plataforma)



Considerando a todas las plataformas, revocamos sus decisiones de mantener contenido potencialmente perjudicial al menos tres cuartas partes de las veces, si no con mayor frecuencia. Considerando todos los ámbitos normativos, las decisiones que más a menudo revocamos fueron las tomadas por YouTube (revocamos el 94 % de los casos en los que revisamos el contenido), seguido de TikTok (84 %), Instagram (80 %) y Facebook (74 %).

Caso de estudio: Vídeo de Facebook generado por IA creado para acosar a una víctima

Una persona de Bélgica presentó un litigio ante el Appeals Centre sobre un vídeo generado por IA publicado en Facebook en el que se mostraba su rostro superpuesto al de un mono bailando. Afirmó que alguien había utilizado su foto de perfil para crear el vídeo. Decidimos que el vídeo infringía las normas de Meta sobre acoso. A continuación, enviamos nuestra decisión al usuario que denunció el contenido y a la plataforma.

Caso de estudio: Ratificación de la decisión de Meta de mantener una publicación sobre políticos suecos

Un usuario de Suecia presentó un litigio sobre una publicación que se había mantenido en Facebook. La publicación compartía un vídeo de entrevistas a políticos socialdemócratas suecos, entre ellos la ex primera ministra Magdalena Andersson, con un texto superpuesto en el que se afirmaba que, aunque los socialdemócratas dicen que la gente debe mudarse en aras de la integración, no dicen quién debería hacerlo. Un pie de foto sobre la publicación compartida calificaba a los socialdemócratas de hipócritas repugnantes y traidores. Revisamos el contenido y decidimos que los insultos del pie de foto no constituían acoso según las normas de Meta, ya que iban dirigidos a figuras públicas. Confirmamos la decisión de Meta de mantener la publicación y enviamos nuestra decisión a la plataforma y al usuario que denunció el contenido.

Estafas 2.0: fraude y estafas en las redes sociales

La gente pasa cada vez más tiempo en Internet y los estafadores hacen lo propio. Los estafadores suelen aprovecharse de la confianza de las personas, suplantando la identidad de figuras de autoridad para engañar a los usuarios. Y dado que la IA permite crear «deepfakes» con solo pulsar un botón, cada vez resulta más difícil distinguir entre la realidad y la ficción.

Las redes sociales ofrecen a los estafadores la oportunidad perfecta para difundir su mensaje rápidamente a un gran número de personas. Un estudio realizado por «Austrian E-Commerce Trust Mark» citado en el informe «Sponsored by Scammers» (Patrocinado por estafadores) de la organización europea de consumidores BEUC, reveló que más de la mitad (54,7 %) de los encuestados afirmaron haber visto anuncios fraudulentos o sospechosos en plataformas como Facebook, Instagram y TikTok.[7]

¿Qué tipos de estafas hemos observado hasta ahora?

En septiembre de 2025, comenzamos a aceptar litigios de los usuarios relacionadas con fraude y estafas en las redes sociales. Desde entonces, este ámbito ha crecido rápidamente hasta convertirse en una de nuestras principales áreas de litigios. En el semestre comprendido entre abril y septiembre de 2026, recibimos más casos aptos relacionados con fraudes y estafas que con cualquier otro ámbito normativo. Entre septiembre de 2025 y septiembre de 2026, el fraude y las estafas fueron también el ámbito en el que recibimos el segundo mayor número de litigios aptos, solo superado por el de discurso de odio.

> **«De abril a septiembre de 2026, recibimos más casos aptos relacionados con el fraude y las estafas que con cualquier otro ámbito normativo»**

Hemos recibido casos de estafas relacionadas con las criptomonedas, ofertas de préstamos e inversiones, falsas promesas de «enriquecimiento rápido» y estafas sentimentales. A menudo, las estafas en las redes sociales sirven de cebo para atraer a víctimas potenciales que luego son captadas en otros lugares. Esto podría implicar que se les haga transferir dinero, copiar códigos maliciosos o trasladar la conversación a mensajes directos, donde se les pueda manipular más fácilmente. A continuación, hemos incluido casos de estudio de toda la UE sobre las decisiones que hemos tomado en relación con el fraude y las estafas.

[7] Austrian E-Commerce Trust Mark, «Von betrügerischer Online-Werbung umgeben: Zumindest jede zweite Person in Österreich betroffen», www.guetezeichen.at/blog-detail/betruegerische-online-werbung-jeder-zweite-betroffen / (consultado el 19 de octubre de 2026).

Caso de estudio: Un «experto» moldavo en «deepfake» promete una rentabilidad del 2000 %

International Media Support (IMS) presentó un litigio sobre un vídeo de Facebook que, según ellos, infringía las políticas de Meta sobre fraude y estafas. El vídeo mostraba un «deepfake» generado por IA de Veaceslav Ioniță, un experto en economía de Moldavia, que promocionaba un plan para «hacerse rico rápidamente» que garantizaba a los moldavos una rentabilidad del 2000 % sobre su inversión. El vídeo animaba a las personas a visitar un sitio web para obtener una consulta gratuita. Decidimos que el contenido infringía las normas de Meta sobre fraude y estafas y revocamos la decisión de mantenerlo publicado. Enviamos nuestra decisión a IMS y a Meta.

Caso de estudio: Anuncio fraudulento francés en Facebook

La organización sin ánimo de lucro Vigilia Tech presentó un litigio ante el Appeals Centre sobre un anuncio de Facebook que promocionaba un plan financiero fraudulento. El anuncio mostraba un vídeo generado por IA con el pie de foto «¿Los bancos le han dicho que no? Aunque esté en paro, nosotros le decimos que sí». Al revisar el contenido, observamos que ninguna entidad financiera legítima garantizaría jamás la concesión de un préstamo a personas que no dispongan de ingresos fijos. Las entidades financieras legítimas que operan en Francia también están obligadas por ley a mostrar determinada información que no aparecía en este anuncio. Decidimos que la publicación infringía las normas de Meta que prohíben «ofertas de préstamos que garanticen la aprobación sin mencionar los criterios de aprobación habituales».

Caso de estudio: Estafa de criptomonedas en YouTube con código sospechoso de ChatGPT

Una persona de Portugal presentó un litigio sobre una posible estafa de criptomonedas en YouTube. El vídeo afirmaba que invertir 10 Ethereum (una criptomoneda) podría generar entre 1,3 y 2,6 Ethereum al día. Se indica a quien lo ve que copie el código fuente de ChatGPT utilizando el enlace que aparece en la descripción del vídeo. Es probable que esto permita al estafador robar la criptomoneda del usuario. Decidimos que el vídeo infringía la política de estafas de YouTube y enviamos nuestra decisión tanto a YouTube como a la persona que denunció el vídeo.

Caso de estudio: Estafadores de carácter romántico generados por IA en TikTok

La organización sin ánimo de lucro Vigilia Tech presentó un litigio sobre un «deepfake» generado por IA en TikTok. El vídeo mostraba a una mujer hablando en rumano y diciendo que no quería una aventura, sino una relación seria y comprometida. Al revisar la cuenta que publicó el vídeo, observamos que este formaba parte de un programa más amplio que utilizaba personajes generados por IA para captar a las víctimas y entablar relaciones con ellas. El hecho de que la cuenta incluyera un número de cuenta bancaria internacional (IBAN) en su biografía constituía un claro indicio de que su objetivo era estafar a personas. Decidimos que el vídeo infringía la política de TikTok sobre fraude y estafas, que prohíbe «cualquier intento de estafar, engañar o defraudar a personas. Esto incluye colaborar en estafas financieras, suplantar la identidad de alguien famoso para vender algo o comunicarse con los usuarios, o cualquier tipo de fraude».

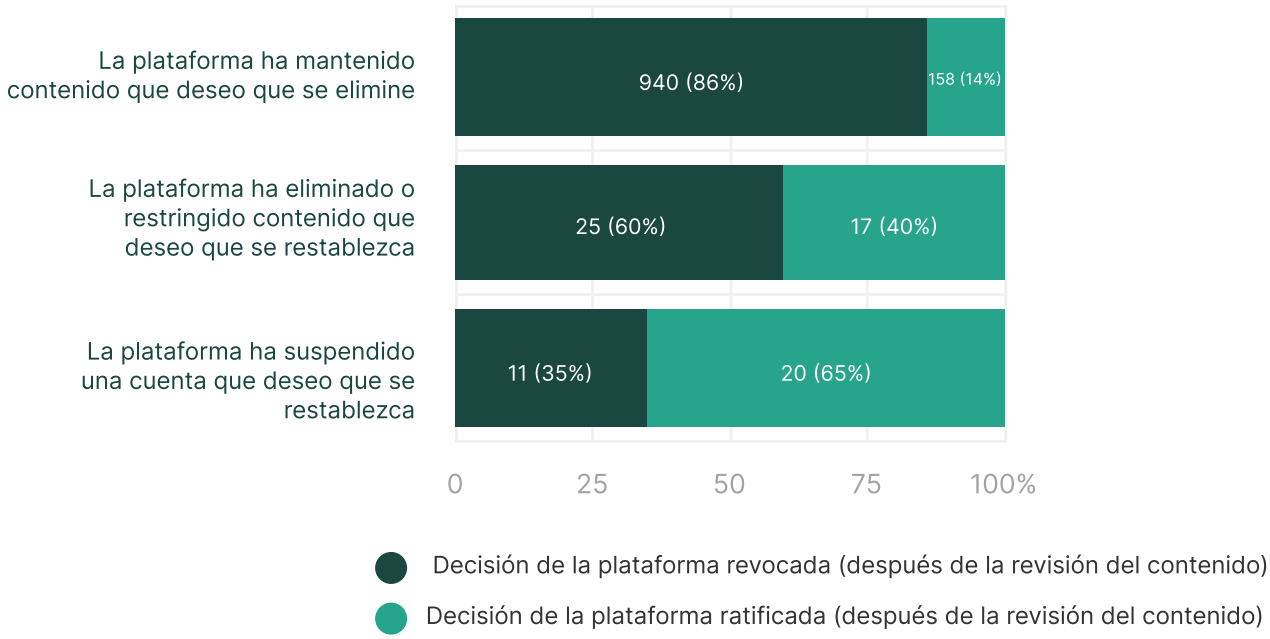
Cuando nos pusimos en contacto inicialmente con TikTok en relación con los vídeos de estafas de carácter romántico denunciados por Vigilia, incluido el mencionado anteriormente, eliminaron la cuenta y, con ella, todos los vídeos de la plataforma.

Caso de estudio: Ratificación de la decisión de Meta de eliminar una publicación que garantizaba la obtención de un visado

Una persona de los Países Bajos presentó un litigio después de que su publicación fuera eliminada de Facebook. La publicación, que compartía un caso práctico sobre un cliente que había conseguido un visado para un país de la UE, garantizaba que la empresa podía asegurar la concesión de un visado. Confirmamos la decisión de Meta de eliminar la publicación en virtud de su política sobre fraude y engaño, que prohíbe los contenidos que garanticen la concesión de un visado o una tarjeta de residencia. Enviamos nuestra decisión al usuario y a la plataforma.

¿Qué nos indican nuestras decisiones hasta la fecha?

Decisiones sobre casos de fraude y estafas en los que revisamos el contenido



En general, revocamos el 83 % de las 1175 decisiones de plataformas que revisamos relacionadas con el fraude y estafas. Fuimos más propensos a revocar la decisión de las plataformas en los casos en los que se mantuvieron publicadas en las redes sociales posibles estafas (revocando la decisión de las plataformas en el 86 % de los casos), seguidos de las decisiones de las plataformas de eliminar o restringir contenidos en virtud de su política sobre fraude y estafas (60 %). En los casos en los que las plataformas suspendieron cuentas por infringir sus normas sobre fraude y estafas, fuimos menos propensos a revocar la decisión de la plataforma, haciéndolo solo en un tercio (35 %) de los casos.

Siguientes pasos

Aunque solo llevamos un año aceptando litigios sobre fraude y estafas, ya hemos acumulado más de 1000 decisiones en las que hemos revisado el contenido en cuestión. La Alianza Global contra las Estafas (GASA «Global Anti-Scam Allianc»), que escribió sobre nuestro último Informe de Transparencia, y el Consejo de Riesgo Comercial (MRC «Merchant Risk Council»), también han contribuido a concienciar sobre la importancia de la resolución extrajudicial de litigios para el sector financiero. Asimismo, hemos colaborado con organizaciones de consumidores de toda la UE para garantizar que los consumidores sepan que pueden remitirnos casos de estafa para que los revise personal humano.

En el futuro, esperamos seguir ampliando nuestra base de datos de decisiones sobre fraudes y estafas, lo que permitirá a los investigadores, a las organizaciones y a las propias plataformas identificar tendencias y áreas problemáticas. Si está interesado en colaborar con el Appeals Centre en este ámbito, envíenos un correo electrónico a: communications@appealscentre.eu.

Presentaciones de grupos de usuarios

Entre octubre de 2025 y septiembre de 2026, seguimos recibiendo miles de litigios aptos procedentes de grupos de usuarios de toda la UE. Entre ellos se encontraban desde organismos defensores de la libertad de prensa y organizaciones contra el discurso de odio hasta empresas y asociaciones deportivas.

Estas entidades están ejerciendo los derechos que les confiere la LSD para representar un interés colectivo y garantizar que las plataformas apliquen correctamente sus normas.

Organizaciones de la sociedad civil

Durante el período que abarca el presente informe, hemos recibido litigos de diversas organizaciones que luchan contra el discurso de odio.

El segundo informe sobre riesgos sistémicos establece la relación con la resolución extrajudicial de litigios

En julio, el Comité Europeo de Servicios Digitales publicó su segundo informe sobre los riesgos sistémicos de las plataformas en línea de muy gran tamaño (VLOP «Very Large Online Platforms») y los motores de búsqueda en el marco de la LSD.
Como parte de la consulta previa a la publicación del informe, presentamos una aportación que incluía casos de estudio sobre la asociación cívica eslovaca digiQ, la organización de la sociedad civil polaca «Asociación NEVER AGAIN», y la organización internacional de desarrollo y alfabetización con sede en Bélgica MDI Global. El informe mencionaba al Appeals Centre, citaba directamente nuestra aportación e incluía una sección dedicada a los organismos de resolución extrajudicial de litigios. Es fundamental destacar que identificaba a dichos organismos como partes interesadas externas cuyos datos sobre decisiones permiten identificar los riesgos sistémicos más destacados y recurrentes. Esto supuso un importante paso adelante y esperamos que el Consejo y la Comisión Europea puedan seguir avanzando en esta línea en 2027.

Campaña de sensibilización con INACH

Durante los últimos 12 meses, hemos seguido sensibilizando sobre la resolución extrajudicial de litigios junto con INACH, una red líder en la lucha contra el odio en Internet, y sus miembros. El Informe de aplicación de la LSD de INACH citó a los organismos de resolución de litigios como un ejemplo de avance en el marco de la LSD, señalando que «[Las decisiones del Appeals Centre] han comenzado a identificar patrones recurrentes en la moderación de las plataformas, incluida la aplicación inconsistente de las políticas sobre discurso de odio [...]». El Appeals Centre también realizó una presentación en la Cumbre Anual de INACH celebrada en Vilna en septiembre de 2026 sobre el valor de la resolución extrajudicial de litigios, interviniendo, junto a representantes de los miembros de INACH, digiQ y la asociación «NEVER AGAIN».

Elevadas tasas de revocación al impugnar las decisiones de las plataformas

A continuación, exponemos tres casos de estudio en los que organizaciones de la sociedad civil han impugnado las decisiones de las plataformas de redes sociales de mantener contenidos nocivos e infractores. Aunque el tamaño de la muestra en estos casos de estudio es relativamente reducido, resulta preocupante que hayamos discrepado de las plataformas de redes sociales en la gran mayoría de nuestras decisiones.

Caso de estudio: Comentarios homófobos en húngaro

Háttér Society, una organización que representa a las personas LGBTQI en Hungría, presentó un litigio ante el Appeals Centre en relación con un comentario amenazante publicado bajo un vídeo de Facebook sobre el Orgullo de Budapest. El comentario, escrito en húngaro, decía: «Que los tiren al agua, joder». Dado que Meta no permite amenazas de violencia que puedan provocar la muerte o lesiones graves, revocamos su decisión de mantener este comentario publicado. Enviamos nuestra decisión a la Sociedad Háttér y a Meta.

De los 34 casos presentados por la Sociedad Háttér en los que revisamos contenidos de Facebook, revocamos la decisión de la plataforma en 32 casos (el 94% de las veces). De los 100 casos que se presentaron en los que revisamos contenidos de YouTube, revocamos la decisión de la plataforma en 99 casos (el 99 % de las veces). Asimismo, revocamos la decisión de la plataforma en los cinco casos relacionados con contenidos de Instagram y en un caso relacionado con TikTok.

Caso de estudio: Se mantienen publicaciones de «Amanecer Dorado» en YouTube

La organización de derechos humanos Greek Helsinki Monitor presentó un litigio sobre un vídeo publicado en la página de YouTube de «Amanecer Dorado». El pie de foto del vídeo reza: «Solo hay una solución nacional... ¡Amanecer Dorado!». En 2020, los tribunales griegos determinaron que los miembros de la dirección de «Golden Dawn» dirigían una organización criminal. Teniendo en cuenta esta información junto con el contenido objeto de litigio, decidimos que el vídeo infringía la política de YouTube sobre extremismo violento u organizaciones criminales. Enviamos nuestra decisión a Greek Helsinki Monitor y a YouTube, recomendando que se eliminara el vídeo.

Este es un ejemplo de los 39 casos presentados por Greek Helsinki Monitor sobre contenidos de «Amanecer Dorado» en YouTube en los que pudimos revisar el contenido. En los 39 casos (el 100 %), revocamos la decisión de YouTube de mantener el contenido publicado.

Caso de estudio: Desinformación climática en español en TikTok y YouTube

La organización española sin ánimo de lucro Maldita.es presentó un litigio sobre desinformación climática en TikTok. El vídeo mostraba una mesa redonda en español sobre las «chemtrails», una teoría de la conspiración que sostiene que las estelas blancas que dejan los aviones a gran altitud son, en realidad, sustancias químicas tóxicas rociadas por los gobiernos o las élites con fines siniestros. Maldita.es señaló que el vídeo reproducía sin espíritu crítico afirmaciones perjudiciales, sin una refutación suficiente, como la declaración del cantante y actor español Miguel Bosé de que las riadas repentinas provocadas por la DANA en Valencia se debieron a prácticas incontroladas de ingeniería climática. Decidimos que el vídeo infringía las normas de TikTok sobre desinformación viral que suponía un riesgo elevado de socavar la integridad del ecosistema de la información. Recomendamos que el contenido fuera restringido, pero no eliminado, de la plataforma. Enviamos nuestra decisión a Maldita.es y a TikTok.

De las 30 decisiones que tomamos sobre casos de desinformación climática denunciados por Maldita.es tras revisar contenido de TikTok, revocamos la decisión de la plataforma en 27 casos (el 90 %). De las 40 decisiones que tomamos sobre casos de desinformación climática denunciados por Maldita.es tras revisar contenidos de YouTube, revocamos la decisión de la plataforma en todos los casos (el 100 %). En la mayoría de nuestras decisiones, recomendamos restringir el contenido en lugar de eliminarlo.

Organismos deportivos

Cada día, deportistas, directivos y aficionados se enfrentan al odio en línea, lo que supone una clara violación de las diversas directrices de las plataformas sobre discurso de odio, acoso e intimidación. Durante el periodo que abarca este Informe de Transparencia, recibimos cientos de litigios de organizaciones sobre contenido abusivo relacionado con el deporte.



Caso de estudio: Jugadores de tenis reciben amenazas e insultos en Instagram

La empresa de tecnología deportiva Sportradar, en colaboración con la Asociación de Tenistas Profesionales (ATP) «Association of Tennis Professionals», presentó 50 litigios sobre comentarios abusivos en Instagram dirigidos a tenistas masculinos que compiten en el circuito ATP. Cuando revisamos el contenido, ya se habían eliminado 38 comentarios de Instagram. Los 12 comentarios restantes que revisamos infringían las normas de Meta sobre intimidación y acoso. Un comentario en un vídeo de tenis criticaba a un tenista por haber perdido su servicio y afirmaba que debería retirarse del deporte y morir. En otros dos casos, un comentario decía: «Espero que su familia muera», mientras que otro decía: «Deberían matarte». Enviamos nuestras decisiones, en las que recomendábamos a Meta que eliminara el contenido infractor, tanto a Sportradar como a Meta.

Pequeñas empresas y emprendedores

Las redes sociales permiten a las pequeñas empresas llegar a nuevos clientes de todo el mundo. Sin embargo, si se elimina su cuenta, esto puede poner en peligro su sustento. Desde agosto, hemos estado aceptando litigios sobre Google Maps, lo que permite a las personas y a las empresas de la UE impugnar reseñas falsas que ahuyentan a los clientes. Entre agosto y septiembre de 2026, observamos que el número de litigios relacionadas con Google Maps se duplicó con creces, y estamos sensibilizando a las asociaciones de pequeñas empresas de toda la UE para dar a conocer esta información.



Caso de estudio: Opinión en Google Maps sobre una heladería de los Países Bajos

Recibimos un litigio en el que se solicitaba la eliminación de una reseña de una estrella en Google Maps sobre una heladería de los Países Bajos. La reseña afirma que la heladería no es un lugar acogedor y, a continuación, elogia a otra heladería cercana. Dado que el contenido sobre la heladería objeto de la reseña era impreciso y la mitad de la reseña se centraba en elogiar a otro negocio, decidimos que infringía las normas de Google sobre publicidad y captación de clientes. Enviamos nuestra decisión al usuario y a la plataforma.

Cooperación con las plataformas

Colaboramos habitualmente con las plataformas de redes sociales de las que nos ocupamos. Estas son: Google (Google Maps, YouTube), Meta (Facebook, Instagram, Threads), Pinterest y TikTok. A continuación, evaluamos cómo informa cada plataforma a sus usuarios sobre los organismos de resolución de litigios,[8] cómo comparte contenido con nosotros y aplica nuestras decisiones.

Google (Google Maps, YouTube)





- **Información a los usuarios sobre los organismos de resolución de litigios:** Los usuarios de la UE reciben un mensaje sobre los organismos de resolución de litigios (con un enlace a la página web de la Comisión Europea sobre dichos organismos) cuando denuncian una reseña en Google Maps. YouTube cuenta con una página web sobre las «Opciones de resolución» de la LSD que incluye un enlace a la página web de la Comisión Europea. Sin embargo, no tenemos constancia de ninguna referencia a los organismos de resolución de litigios en el proceso interno de recursos de YouTube.

- **Compartir contenido:** A pesar de haber solicitado más de 850 contenidos a Google entre octubre de 2025 y septiembre de 2026, solo recibimos dos de los contenidos necesarios para que pudiéramos revisar un litigios planteado en relación con sus plataformas, en caso de que el contenido ya no estuviera disponible públicamente. Google sostiene, además, que los comentarios quedan fuera del ámbito del LSD. De entre las plataformas que cubrimos, Google es la que comparte menos contenido y adopta una interpretación especialmente restrictiva del ámbito de aplicación de la LSD. Al actuar así, corre el riesgo de privar a los usuarios de su derecho a una revisión independiente en virtud de la LSD.

- **Aplicación de las decisiones:** En la gran mayoría de nuestras decisiones, no hemos recibido respuesta alguna sobre si Google ha aplicado o no nuestras decisiones.

[8] Aunque nos hemos esforzado por garantizar que esta información sobre cómo informan las plataformas a sus usuarios acerca de los organismos de resolución de litigios sea correcta a fecha de octubre de 2026, cualquier tercero que desee basarse en ella deberá verificarla directamente con la plataforma en cuestión.

Meta (Facebook, Instagram, Threads)



- **Información a los usuarios sobre los organismos de resolución de litigios:** Tanto Facebook como Instagram cuentan con páginas web específicas sobre los organismos de resolución de litigios. Asimismo, se informa a los usuarios de la UE sobre esta opción cuando se elimina su contenido o se suspende su cuenta por un motivo que pueda ser objeto de recurso ante un órgano de resolución extrajudicial de litigios. Sin embargo, no se informa a los usuarios sobre los órganos de resolución de litigios cuando denuncian por primera vez contenido potencialmente perjudicial.

- **Compartir contenido:** Meta nos ha comunicado que considerará que las moderaciones de contenidos basados en el comportamiento entran en el ámbito de aplicación del artículo 21 de la LSD en aquellos casos en que el comportamiento subyacente esté suficientemente relacionado con la información facilitada por el destinatario. Junto con las mejoras operativas, esto parece haber dado lugar a ciertos avances en cuanto al volumen de contenido compartido en relación con las suspensiones de cuentas de Facebook e Instagram. Sin embargo, seguimos sin recibir el contenido en la mayoría de este tipo de litigios.

- **Aplicación de las decisiones:** Aunque Meta ha aplicado un pequeño número de nuestras decisiones durante el período que abarca este informe, en la mayoría de los casos nos ha comunicado que no aplicaría nuestras decisiones, o bien no nos ha respondido sobre si las había aplicado o no.

Pinterest

- **Información a los usuarios sobre los organismos de resolución de litigios:** Solo hemos recibido 17 litigios aptos relacionados con Pinterest durante el periodo que abarca este informe. Si bien Pinterest tiene menos usuarios que otras plataformas que cubrimos, les hemos sugerido la manera en que podrían informar más claramente a sus usuarios sobre los organismos de resolución de litigios. Sin embargo, hasta la fecha, no tenemos constancia de que hayan introducido dichas mejoras.

- **Compartir contenido:** En el reducido número de casos en los que solicitamos contenido a Pinterest, nos lo facilita en la mayoría de las ocasiones.

- **Aplicación de las decisiones:** No hemos recibido respuestas de Pinterest sobre si han aplicado nuestras decisiones.

TikTok

- **Información a los usuarios sobre los organismos de resolución de litigios:** Durante el período que abarca este informe, no tenemos constancia de ninguna mejora en la forma en que TikTok informa a sus usuarios sobre los organismos de resolución de litigios. Aunque TikTok informa a los usuarios sobre la resolución de litigios durante su proceso interno de recurso, esta mención no incluye un enlace directo a la página web de la Comisión Europea sobre los organismos de resolución de litigios. En su lugar, enlaza con la página web de TikTok «Recursos y otras vías de reparación», que contiene una breve mención a los organismos de resolución de litigios y un enlace a la página web de la Comisión Europea en la parte inferior de la página.

- **Compartir contenido:** Aunque todavía hay margen de mejora (especialmente en lo que respecta a las suspensiones de cuentas), TikTok suele compartir el contenido cuando se lo solicitamos.

- **Compartir contenido:** Aunque todavía hay margen de mejora (especialmente en lo que respecta a las suspensiones de cuentas), TikTok suele compartir el contenido cuando se lo solicitamos.

Siguientes pasos

Durante el último año, hemos observado un gran aumento de los litigios, con alrededor de 43 000 casos presentados por personas y organizaciones de la UE. Hemos ampliado nuestro alcance a nuevas plataformas, como Google Maps, y a nuevos ámbitos normativos, entre los que se incluyen las restricciones de contenido, el spam basado en el contenido y la sexualización infantil.

Para mejorar la experiencia de los usuarios, también hemos:

- Reducido nuestro plazo medio de tramitación de los casos a aproximadamente un mes y medio (47 días), en comparación con los más de dos meses (65 días) de nuestro último Informe de Transparencia.
- Introducido la «Revisión por parte de la plataforma» para permitir que las plataformas revoquen su decisión inicial cuando nos ponemos en contacto con ellas por primera vez.
- Hemos introducido cambios en nuestro portal de presentación de solicitudes para pedir información adicional a los usuarios con el fin de ayudar a las plataformas a localizar el contenido.
- Hemos elaborado una Guía de asistencia al usuario en siete idiomas.
- Hemos creado páginas específicas para cada plataforma con instrucciones adaptadas.
- Hemos actualizado nuestras preguntas frecuentes con las preguntas que más nos plantean los usuarios.
- Hemos añadido una encuesta posterior a la decisión para que los usuarios nos ayuden a mejorar.

Sin embargo, a pesar de algunos avances, la mayoría de las miles de personas que impugnan las suspensiones de cuentas en redes sociales siguen sin obtener la revisión independiente a la que tienen derecho. Este no es un problema que podamos resolver por nuestra cuenta. Las plataformas deben dar un paso al frente y proporcionar la información correspondiente a todos y cada uno de los casos admisibles en virtud de la LSD.

Durante el resto de 2026, y en 2027, realizaremos varios cambios para mejorar nuestros servicios, entre ellos:

- Ofrecer a las personas y a las organizaciones la opción de **subir una captura de pantalla** al presentar un litigio. Esperamos que el hecho de proporcionar a las plataformas pruebas de que se ha eliminado la cuenta de una persona o de que esta ha denunciado contenido nocivo contribuya a que faciliten el contenido en más casos.
- Proporcionar a las personas **más información sobre los fundamentos de la decisión**, incluida la subpolítica pertinente (por ejemplo, «hemos determinado que su contenido infringía las normas de Meta sobre insultos deshumanizantes, según su política sobre conductas de odio»). Esperamos que ofrecer más información a los usuarios les ayude a comprender mejor nuestras decisiones.
- Permitir a los usuarios y a las organizaciones **presentar litigios sobre cuentas que infrinjan las normas de una plataforma**. Esto debería facilitar que las personas denuncien una única cuenta a la plataforma y, a continuación, nos envíen un litigio, en lugar de denunciar y presentar litigios sobre varias publicaciones de dicha cuenta.

Durante 2026 y hasta bien entrado 2027, se llevará a cabo un proceso de **recomendaciones de buenas prácticas**.

Como miembros de la Red de Órganos de Resolución Extrajudicial de Litigios (Red ODS «Out-of-court Dispute Settlement»), que agrupa a todos los órganos ODS certificados de la UE, presionaremos —en nombre de nuestros usuarios actuales y futuros— para lograr algunas mejoras clave:

- **Asegurarnos de que las plataformas informen a sus usuarios sobre los organismos de resolución de litigios.** A pesar de tener la obligación expresa de informar a sus usuarios sobre los organismos de resolución de litigios de una manera clara, accesible y fácil de entender, las plataformas no han hecho avances en este sentido. Seguiremos presionando a las plataformas para que incluyan referencias a los organismos de resolución de litigios en sus procesos internos de recurso, en las exposiciones de motivos y en una página web específica.
- **Aumentar el número de casos en los que recibimos contenido para revisar.** El número de resoluciones procesales a favor de los usuarios, en las que la plataforma no nos facilita el contenido para su revisión, es demasiado elevado. Esto es especialmente cierto en el caso de los litigios relacionados con la suspensión de cuentas.
- **Obtener información sobre si las plataformas han implementado nuestras decisiones.** Si bien las decisiones de los organismos de resolución de litigios no son vinculantes, las plataformas deben actuar de buena fe. En consecuencia, solicitamos a las plataformas que nos ayuden a apoyar a los usuarios diciéndonos si han implementado nuestras decisiones. De este modo, podremos transmitir esta información a los usuarios.

Asimismo, deseamos que los **reguladores nacionales de la UE** den a conocer la existencia de los órganos de resolución de litigios. En particular, nos gustaría que todos los coordinadores de servicios digitales (DSC) siguieran el ejemplo de ACM (Países Bajos), AKOS (Eslovenia), ANACOM (Portugal), ANCOM (Rumanía), ARCOM (Francia), Autorité de la Concurrence (Luxemburgo), BIPT (Bélgica), Bundesnetzagentur (Alemania), Český telekomunikační úřad (Chequia), Coimisiún na Meánn (Irlanda), CRC (Bulgaria), HAKOM (Croacia), Patērētāju tiesību aizsardzības centrs (Letonia) y Rada pre mediálne služby (Eslovaquia). Todas ellas disponen de una página web específica sobre los organismos de resolución de litigios, en la que se explica este nuevo derecho y se incluye un enlace a la página web de la Comisión Europea en la que figuran todos los organismos certificados.[9]

[9] Varios otros DSC disponen bien de una página web específica con una descripción clara de los órganos de resolución de litigios, bien de un enlace a la página web de la Comisión Europea, pero no ambas cosas. Aunque nos hemos esforzado por garantizar que este párrafo refleje la situación a fecha de octubre de 2026, cualquier tercero que desee basarse en esta información deberá verificarla directamente con el DSC en cuestión.

¡Me ha gustado este informe! ¿Qué puedo hacer ahora?

Tanto si es usted una organización con miembros, una organización de la sociedad civil, una empresa o simplemente alguien a quien le gusta utilizar las redes sociales, ¡ayúdenos a difundir el mensaje! Comparta este informe, menciónenos en su página web, inclúyanos en su boletín informativo o hable de nosotros a alguien que conozca:

Póngase en contacto con communications@appealscentre.eu para obtener más información sobre nosotros y cómo presentar litigios.

¡Cree una cuenta en www.appealscentre.eu/es y presente su litigio!